

**PENGARUH PROGRAM LOYALITAS TERHADAP
KESETIAAN PELANGGAN YANG DIMEDIASI OLEH
KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI EMPIRIS PADA ALFAMART)**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Syarat Akhir Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen Program Studi Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh:

DEWI MUKTI UTAMI

B 100 150 408

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMADIYAH SURAKARTA
2019**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca Skripsi dengan judul:

**PENGARUH PROGRAM LOYALITAS TERHADAP KESETIAAN
PELANGGAN YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI EMPIRIS PADA ALFAMART)**

Yang ditulis dan disusun oleh:

DEWI MUKTI UTAMI

B 100 150 408

Penandatanganan ini berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 14 Oktober 2019

Pembimbing Utama



(Soepatini, S.E., M.Si., Ph.D)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. H. Syamsudin, S.E., M.M.)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Trombol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271)717417 Surakarta- 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : **DEWI MUKTI UTAMI**

NIM : **B 100 150 508**

Jurusan : **MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **PENGARUH PROGRAM LOYALITAS TERHADAP**

KESETIAAN PELANGGAN YANG DIMEDIASI

OLEH KEPUASAN PELANGGAN

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa kripsi yang saya tulis dan serahkan ini merupakan karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan atau terbukti hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal, saya terima.

Surakarta, 14 Oktober 2019

Yang membuat pernyataan

Dewi Mukti Utami

MOTTO

My suffering be came easier because my Allah promised me ease, not once, but twice

“Fa inna ma’al-‘usri yusra” (5)

“inna ma’al-usri yusra” (6)

(Qs. Al-Insyirah ayat 5 & 6)

Jangan tuntutan Tuhanmu karena tertundanya keinginanmu, tapi tuntutan dirimu karena menunda adabmu kepada Allah.

(Ibnu Atha’illah As-Sakandari)

Bukanlah ilmu yang seharusnya mendatangimu, tetapi kamulah yang harus mendatangi ilmu itu.

(Imam Malik)

Kesempatan bukanlah hal yang kebetulan. Kau harus menciptakannya.

(Chris Grosser)

There is only one thing that makes a dream impossible to achieve: the fear of failure.

(Paulo Coelho, The Alchemist)

If you want to be happy, be.

(Leo Tolstoy)

You’re braver than you believe, and stronger than you seem, and smarter than you think”

(Winnie The Pooh)

PERSEMBAHAN

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT, penulis mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Bapak dan Ibu tercinta, Bapak Kamid dan Ibu Purwati. Terimakasih atas doa yang selalu dipanjatkan, terimakasih atas kasih sayang, dukungan, motivasi, dan semangat yang selalu diberikan.
2. Kakakku tersayang, Mustika Purnamasari dan Syaiful Amri. Terimakasih untuk semangat dan dukungannya
3. Keponakanku terlucu, Shakeela Naila Amri dan Kent Nawasena Amri.
4. Segenap keluarga besar yang tidak bisa disebutkan satu-satu.
5. Dosen pembimbing, IbuSoepatini, S.E., M.Si., Ph.D yang sudah membantuku dengan sabar untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Semua teman-teman yang membantu dan memberikan semangat, serta mewarnai hari-hariku selama kuliah.
7. Teman-teman satu bimbingan yang saling membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Almamaterku, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

ABSTRAK

Pada saat ini, kemunculan perusahaan ritel semakin banyak sehingga persaingan menjadi semakin ketat antar perusahaan. Oleh karena itu, sebuah perusahaan harus memperhatikan strategi pemasarannya agar dapat menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada, dengan harapan dapat tercipta kepuasan dan kesetiaan pelanggan. Salah satu bentuk strategi pemasaran adalah dengan membuat program loyalitas, hal ini dikarenakan pelanggan saat ini cenderung senang jika diberikan sebuah reward baik berupa hadiah, diskon, maupun promo. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah program loyalitas Alfamart berpengaruh terhadap kesetiaan pelanggan Alfamart yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan pada program loyalitas tersebut.

Kata Kunci: Program Loyalitas, Kepuasan, Kesetiaan, Alfamart

ABSTRACT

In nowadays, the emergence of retail companies is increasingly competitive, so it is tighter between companies. Therefore, a company must pay attention to its marketing strategy in order to attract new customers and retain existing customers, with the hope that customer satisfaction and loyalty can be created. One form of marketing strategy is to create a loyalty program, this is because current customers tend to be happy if given a reward in the form of gifts, discounts, and promos. Therefore, this study aims to determine whether Alfamart's loyalty program influences Alfamart customer loyalty which is mediated by customer satisfaction in the loyalty program.

Keywords: Loyalty Program, Satisfaction, Loyalty, Alfamart

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan ridlo, hidayah, dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Program Loyalitas Terhadap Kesetiaan Pelanggan yang Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan (Studi Empiris pada Alfamart)” ini. Tidak lupa sholawat serta salam tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah menghantarkan kita dari zaman kegelapan ke zaman yang terang-benderang ini.

Semoga hasil penelitian ini dapat berguna, khususnya dalam dunia pendidikan, walaupun masih banyak kekurangan yang harus diperbaiki serta keterbatasan yang dimiliki penulis. Dalam penulisan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahNya, sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Bapak Dr. H. Sofyan Anif, M.Si. selaku rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Dr. H. Syamsudin, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Imronudin, S.E., M.Si., Ph.D selaku Ketua Kaprodi Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Ibu Soepatini, S.E., M.Si., Ph.D selaku Dosen Pembimbing yang selalu meluangkan waktu dan sabar dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Kuusudiyarsana, S.E., M.Si., Ph.D selaku Dosen Pembimbing Akademik

7. Segenap dosen dan staf tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta
8. Teman-teman program studi manajemen angkatan 2015.
9. Semua responden yang telah meluangkan waktu dan bersedia mengisi pertanyaan kuesioner pada penelitian ini.
10. Dan semua pihak yang tidak bisa penulis tuliskan satu-persatu, terimakasih atas dukungan dan bantuannya.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan yang harus di perbaiki, untuk itu terdapat kritik dan saran yang diharapkan dapat berguna bagi penelitian selanjutnya. Sehingga, skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surakarta, 10 Oktober 2019

(Dewi Mukti Utami)

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.5. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Tinjauan Teori.....	10
1. Perilaku Konsumen.....	10
2. Kesetiaan Pelanggan.....	14
3. Kepuasan Pelanggan.....	16
4. Program Loyalitas.....	19
B. Penelitian Terdahulu.....	23
C. Kerangka Pemikiran.....	25
D. Hipotesis.....	25
BAB III.....	31
METODE PENELITIAN.....	31

A. Desain Penelitian.....	31
B. Populasi dan Sampel.....	31
C. Metode Pengambilan Sampel.....	32
D. Data dan Sumber Data.....	32
E. Metode Pengumpulan Data.....	32
F. Definisi Operasional Variabel.....	33
G. Metode Analisi Data.....	35
BAB IV.....	44
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	44
A. Sejarah Singkat Alfamart.....	44
B. Visi dan Misi Alfamart.....	45
C. Karakteristik Responden.....	45
D. Metode Analisis Data.....	56
E. Pengujian Hipotesis.....	61
F. Pembahasan Hasil Penelitian.....	78
BAB V.....	86
PENUTUP.....	86
A. Kesimpulan.....	86
B. Keterbatasan Penelitian.....	88
C. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA.....	90
LAMPIRAN.....	92

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	34
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	46
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Member Card.....	48
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Belanja.....	49
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Produk yang Dibeli.....	50
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	51
Tabel 4.8 Jawaban Responden pada Variabel Program Loyalitas.....	52
Tabel 4.9 Jawaban Responden pada Variabel Kepuasan.....	54
Tabel 4.10 Jawaban Responden pada Variabel Kesetiaan.....	55
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas.....	56
Tabel 4.12 Hasil Uji Realibilitas.....	58
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas.....	59
Tabel 4.14 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	60
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	61
Tabel 4.16 Hasil Regresi Persamaan Model I.....	62
Tabel 4.17 Hasil Regresi Persamaan Model II.....	63
Tabel 4.18 Hasil Uji t Persamaan Model I.....	64
Tabel 4.19 Hasil Uji t Persamaan Model II.....	68
Tabel 4.20 Hasil Uji F.....	73
Tabel 4.21 Hasil Uji Koefisien Determinasi Persamaan I.....	73
Tabel 4.22 Hasil Uji Koefisien Determinasi Persamaan II.....	74
Tabel 4.23 Hasil uji Analisis Sobel.....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen Kotler.....	11
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 4.1 Analisis Jalur Path.....	75